



Le point de vente de demain : digitalisation et omnicanalité

publié le 20/06/2016

Descriptif :

Construire un parcours client sans couture quels que soient les canaux utilisés est un véritable challenge pour les enseignes. Le point de vente reste un lieu hautement apprécié.

Le point de vente de demain : digitalisation et omnicanalité

Construire un parcours client sans couture quels que soient les canaux utilisés est un véritable challenge pour les enseignes. Le point de vente reste un lieu hautement apprécié.

Alors comment réussir la complémentarité entre le web et le lieu physique ? Quel rôle pour le vendeur ?

Dans ce contexte, plusieurs tendances

1. La mise en place d'une stratégie omnicanal pour assurer le suivi du client, quel que soit le canal utilisé (site e-commerce, centre d'appels, réseaux sociaux, boutique...).
2. L'équipement de la force de vente de tablettes connectées pour plus de mobilité et une meilleure réponse aux clients.
3. Le développement de nouvelles interactions avec le client sur le point de vente.

 **Infographie : Les 4 objectifs majeurs du point de vente de demain** (PDF de 320.6 ko)

Source : Orange Business



**Académie
de Poitiers**

Avertissement : ce document est la reprise au format pdf d'un article proposé sur l'espace pédagogique de l'académie de Poitiers.

Il ne peut en aucun cas être proposé au téléchargement ou à la consultation depuis un autre site.